

*La Nuit des Caducées*

*3<sup>ème</sup> Edition*

*Dossier de candidature*



*Leem*

*Vidéos d'animation pédagogiques sur le vaccin*

*Lancement le 8 mars 2021*

**leem**  
les entreprises  
du médicament

# *Contexte*

Dans le contexte de la crise sanitaire, beaucoup de Fake news ont circulé à propos des vaccins anti-covid sur les réseaux sociaux.

Cette campagne nous a permis de répondre aux interrogations des Français, combattre les idées reçues et aider les professionnels de santé dans leurs démarches pédagogiques.

Elle a apporté des outils de compréhension sur les différents aspects de la vaccination au grand public, mais également aidé les médecins et pharmaciens à répondre aux questions de leurs patients.

# *Cible et objectifs de la campagne*

## **Nos 3 principales cibles et objectifs**

- Multiplier les relais qualifiés auprès des alliés CONVAINCUS (secteur de la Pharma et de la santé) et FAVORABLES déjà mobilisés et sensibilisés.
- Rassurer et expliquer le vaccin aux cibles EXPOSÉES au virus, parfois perdues dans le débat public actuel parce qu'ils sont plus sensibles au virus ils sont un relai potentiel d'un discours scientifique et pédagogique sur le vaccin.
- Donner des arguments pédagogiques de virologie de base, sur la Covid-19 en particulier, et le développement du vaccin à des communautés d'HÉSITANTS à forte capacité d'impact sur des cercles plus large du grand public.

# Mise en oeuvre et réalisation

- Une série de 10 vidéos pastilles vaccins a été conçue par les équipes de la communication du Leem (contenu et mise en forme graphique) puis produite par une agence de production vidéo externe.
- Nous avons promu ces vidéos sur une page dédiée de notre site internet et sur les réseaux sociaux : <https://www.leem.org/page-videos/vaccins-une-serie-d-animations-videos-pour-tout-comprendre>



# Mise en œuvre et réalisation

**Un plan de sponsorship qualifié sur les réseaux sociaux** du Leem (Twitter, LinkedIn, Facebook et Instagram) a été mis en place pour activer les alliés du Leem et rendre le contenu plus influent.

## **#1 Activation social media**

- > Une stratégie très pertinente au vu du format auto-portant, court et hautement social media friendly des pastilles.
- > Le format pastille et le ton très pédagogique de ces vidéos justifient naturellement une campagne 100% social media



# Résultats

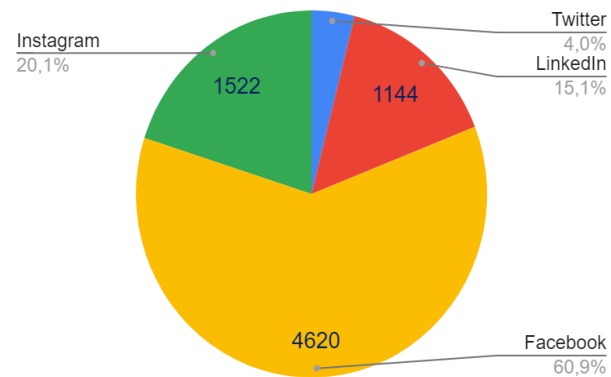
- La campagne est un grand succès au niveau de la visibilité avec **plus d'1.5 million de vues** générées pour l'ensemble des pastilles.
- Les 10 pastilles ont généré de nombreux engagements et relais qualifiés d'acteurs du monde de la pharma, mais également de journalistes ou de personnalités politiques.
- Avec le contexte actuel de la crise sanitaire, les vidéos évoquant la Covid-19 ont le plus performé.
- Facebook et Instagram sont les plateformes les plus performantes et rassemblent plus de 50% du total des vues et engagements. LinkedIn et Twitter ont permis d'obtenir un engagement de qualité de la part de professionnels qualifiés du secteur pharmaceutique.

# Résultats

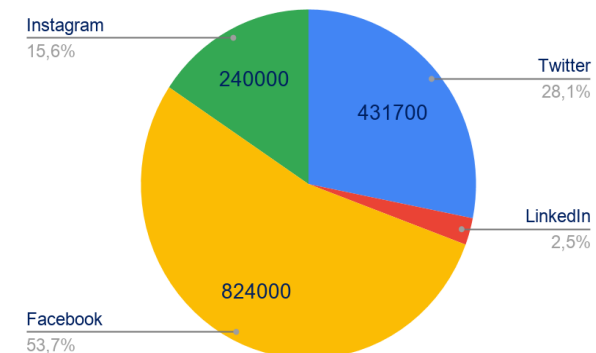
## Quelques KPIS

- 1.5 M Vues pour l'ensemble des pastilles
- 7.5 K engagement
- 5.2 K likes
- 2.3 K partages

Part et nombre d'engagements sur les plateformes



Part et nombre de vues sur les plateformes



*Pour plus d'informations, n'hésitez pas  
à nous suivre sur nos réseaux sociaux*



[www.lescaducees.fr](http://www.lescaducees.fr)



Les Caducées ESCP



Les Caducées



Les\_Caducées\_Escp



Les Caducées ESCP



AMT | ANDREW MAC THOMAS  
executive search & assessment



PRESCRIPTION SANTÉ QUOTIDIEN

egora.fr  
GLOBAL MEDIA SANTÉ

Healthmedia  
UNE SEULE SANTÉ PREMIER GROUPE MEDIA OMNICANAL

Pharmacien  
**MANAGER**